

Stararchitekten in der Grauzone der Qualitätssicherung

Der Glamour als Hypothek

Christoph Schläppi, Architekturhistoriker, Bern

Dem Renommee ihrer Verfasser zum Trotz: Beispiele wie der St. Andreaspark in Cham, das Kongresshaus in Zürich, das Sommerrestaurant auf der Ufnau oder besonders der Schatzalpturm werden in den Reihen des Heimatschutzes kontrovers diskutiert. Der Status von Stararchitekten werde missbraucht, um fragwürdige Projekte durchzuzwingen, lautet ein häufig geäussertes Vorwurf.

Als der bekannte holländische Architekt und Theoretiker Rem Koolhaas vor einigen Jahren begann, Buchtitel, architekturtheoretische Begriffe und Projektnamen mit Copyright zu schützen, vermutete das Publikum irrtümlich einen publizistischen Gag. Doch es war ein durchaus ernst gemeinter Beitrag zur Debatte, die sich um Fragen der Stararchitektur und des «Branding» dreht. Diese Debatte wird heute nicht mehr so lauthals geführt wie damals, aber ihre Hauptfrage ist geblieben: Kann es im Interesse der Architektur sein, dass ihre Erzeugnisse als Markenprodukt angeboten werden? Eines der Hauptargumente dafür: Wer ein Produkt einer etablierten Architekturmarke, eines Labels, eines Starbüros kauft, habe damit eine gewisse Sicherheit, Qualität zu erhalten. Zwischen den Gesetzen eines Marktes und den Anforderungen an die Architektur besteht allerdings ein offensichtlicher Widerspruch: Wie lassen sich Qualitäten wie die Auseinandersetzung mit dem Ort, das Finden einer der Bauaufgabe angemessenen Architektursprache, Funktionalität oder Ästhetik (im engeren Sinn) mit den Bedürfnissen eines Systems zur Deckung bringen, bei dem es hauptsächlich ums Geldverdienen geht?

Der Stararchitekt als Produkt der Medien

Solche Fragen sind berechtigt, zielen aber in eine falsche Richtung. Es sind nicht die Bauten, welche einen Stararchitekten machen, sondern die Medien. Letztere verwenden das Attribut Stararchitekt in der Regel, um einen Architektennamen aufzupolieren, damit sich das Publikum auch für das «trockene» Thema Architektur ein paar Augenblicke Zeit nimmt. Preise und Auszeichnungen tragen das Ihre dazu bei, indem sie den medialen Nebenge-

räuschen oft mehr Raum bieten als der Sache selbst. Stars gibt es auch innerhalb der Fachwelt: Sie treten an Kongressen auf und ziehen ein grosses Fachpublikum in ihren Bann, genauso wie bestimmte Regisseure, Musiker/innen oder Schriftsteller/innen bei ihregleichen verehrt und gefeiert, vom breiten Publikum hingegen kaum zur Kenntnis genommen werden. Gegen all dies gibt es überhaupt nichts einzuwenden. Leistung und Qualität müssen honoriert und kommuniziert werden. Die Medien sollen über Architekten und ihre Bauten genauso berichten wie über jede andere kulturelle Aktivität. Nicht zuletzt die Medien haben in den letzten Jahren einen bedeutenden Beitrag dazu geleistet, dass gute moderne Architektur in der Schweiz eine erstaunliche Akzeptanz genießt.

Sitzen kritische Stimmen, wie sie zuweilen auch aus den Reihen des Heimatschutzes gegen Stararchitektur zu vernehmen sind, also einfach auf dem falschen Zug? Einwände werden häufig bei Projekten formuliert, welche sich in geschützten Landschaften oder Siedlungen manifestieren und deshalb Ausnahmen beanspruchen wollen, oder einfach bei besonders grossen Bauvorhaben. Häufig steht hinter solchen Projekten eine Bauherrschaft, die sich erhofft, ein besonders ambitioniertes Bauvorhaben mit dem Qualitätsargument durchzusetzen. Oft handelt es sich um Projekte, deren Realisierung politischen Rückhalt und gesellschaftliche Akzeptanz voraussetzt, beispielsweise, weil eine Planung vom Stimmvolk beschlossen werden muss. Das Kalkül ist klar: Je bekannter der Name des Autors, desto grösser ist die Chance, beim Volk durchzukommen. Ebenso klar ist, dass Stararchitekten hierbei Gefahr laufen, als Verbündete in einer poli-

tischen Theateraufführung missbraucht zu werden.

Wer trägt die Verantwortung?

Eine häufig vernommene Forderung will den Architekten einen Kodex aufbürden, gemäss dem sie in heiklen Situationen besondere Vorsicht walten lassen, ja sogar Aufträge zurückgeben sollten. Eine Bauherrschaft, die sich zu viel vorgenommen hat, kann – dies sei hier behauptet – von ihrem Architekten von problematischen Projektentwicklungen gewarnt, aber gewiss nicht abgehalten werden. Denn der Bauherr sitzt am längeren Hebel, weil er Ar-

chitekten, die sich als Überbringer der unbequemen Botschaft gebrauchen lassen, austauschen kann. Das letzte Wort haben in heiklen Fällen sowieso die Baubewilligungsbehörden und ihre Fachkommissionen. Umgekehrt werden Grenzgänge von vielen Architekten geschätzt, weil sie hier die Möglichkeit finden, Visionen und Projekte zu entwickeln, Altbekanntes über Bord zu werfen, Paradigmen zu hinterfragen, existenzielle und radikale Fragen zu stellen. Wie jede seriös betriebene (wissenschaftliche) Disziplin braucht die Architektur solche Vorhaben, um ihre Möglichkeiten und Spielräume immer wieder



Wenn es nach der Architektur ginge, so wäre der Architekt im besten Fall ein Künstler. Die Medien machen lieber einen Star aus ihm. Kapelle Sogn Benedetg von Peter Zumthor
(Bild C. Schläppi)

S'il ne s'agissait que d'architecture, les architectes pourraient être considérés comme des artistes. Les médias, eux, préfèrent en faire des stars. Chapelle Sogn Benedetg de Peter Zumthor
(photo C. Schläppi)

Medienwirksame Inszenierung: Pierre De Meuron erläutert vor den Augen des Fernsehpublikums die Grundidee für den Schatzalpturm.
(Bilder Schweizer Fernsehen)

Extrait d'un enregistrement TV au cours duquel Pierre de Meuron expose les raisons qui l'ont incité à concevoir le volume de l'hôtel Schatzalp en hauteur et donc à ériger une tour (photos Schweizer Fernsehen)



auszuloten und den Gegebenheiten der Zeit anzupassen.

Auch dafür, dass Investoren und Unternehmer die Verfasser ihrer verwegenen Projekte nach dem eher fadenscheinigen Qualitätsmerkmal des Markennamens auswählen, lässt sich ein gewisses Verständnis aufbringen. Die Realisierung einer anspruchsvollen Projektidee birgt Risiken. Auf welches Kriterium, wenn nicht auf den Berühmtheitsgrad, können sich Laien verlassen, wenn sie ihr Geld nicht in Projekte vergraben wollen, die jahrelang auf einem Bewilligungsspiessrutenlauf im Kreis drehen? Auf dem Umweg über den grossen Namen kann letztlich das ernst gemeinte Anliegen der Qualität zu seinem Recht kommen, bloss auf einer sehr elementaren Ebene, deren Nachhaltigkeit selten zum gänzlichen Gelingen ausreicht.

Distanzen überbrücken

Der entscheidende Punkt in der Kontroverse um Markennamen und Stararchitektur dürfte die Abgrenzung zu Wettbewerbsverfahren sein. Der durch die SIA-Ordnung 142 geregelte Wettbewerb ist inzwischen das einzige wirklich breit abgestützte und gut funktionierende Qualitätssicherungsverfahren. Aber auch der beste Wettbewerb kann für eine Bauherrschaft Risiken und Kontrollverlust bedeuten, sofern innerhalb der Jury nicht ein Vertrauensverhältnis aufgebaut werden kann. Die Anzahl der verunglückten oder eingeschlafenen Wettbe-

werbsverfahren zeigt, dass solche Ängste nicht völlig unbegründet sind. Die direkte Wahl eines Architekturbüros bietet hingegen Aussicht auf Mitbestimmung bei der Projektentstehung. Die Bauherrschaft, die diesen Weg wählt, bleibt freilich der Öffentlichkeit etwas schuldig: einen transparenten Dialog, in welchen die Architekten, die Behörden und die Öffentlichkeit als gleichberechtigte Akteure einbezogen werden. Von allen vier wird bei diesem Dialog Feingefühl und Verständnis für demokratische Meinungsbildung verlangt. Qualität in der Architektur – hier unterscheidet sie sich kategorisch von der Kunst – resultiert in einem solchen Setting aus einem Prozess, bei dem jeder dieser Akteure Forderungen stellen darf und Kompromisse eingehen muss. Der Stararchitekt, dessen Aura eigentlich von der Unnahbarkeit lebt, muss hier eine besondere Kommunikationsleistung erbringen, wenn er glaubwürdig bleiben will. Das Gleiche gilt für die Bauherrschaft, die sich erst nach getaner Arbeit im Abglanz des Stars sonnen darf.